

MARGEN PRECIO-COSTE MEDIO VARIABLE Y PODER DE MONOPOLIO

Joaquín Lorences*

Universidad de Oviedo

En esta nota se muestra que el margen precio-coste medio variable, generalmente utilizado como aproximación empírica del poder de monopolio, refleja no sólo el poder de la empresa en el mercado del producto sino también su poder en el mercado de factores.

1. Introducción

En los estudios empíricos sobre la relación entre el margen precio-coste marginal y la estructura industrial, la imposibilidad de observar el coste marginal lleva al investigador habitualmente a sustituir éste por el coste medio variable.

La pregunta que se trata de responder en esta nota es la siguiente: ¿realmente el margen precio-coste medio variable es una aproximación adecuada del margen precio coste marginal? Aquí se construye un modelo inspirado en los conocidos trabajos de R. Saving (1970) y K. Cowling y M. Waterson (1976) que permite visualizar fácilmente que el margen precio-coste medio variable no sólo depende del poder de la empresa en el mercado del producto, como predice la teoría respecto del margen precio-coste marginal, sino que también depende del poder de la empresa en el mercado de factores.

En primer lugar se aborda el tema para el caso más sencillo: una empresa que es a la vez un monopolio en el mercado del producto y en el mercado de factores (monopsonio). En segundo lugar se trata el caso más general de una empresa que vende su producto en un mercado oligopolístico y se abastece también en un mercado de factores del mismo tipo (oligopsonio).

2. El modelo

Sea la función de beneficio de una empresa que es simultáneamente monopolio y monopsonio:

$$\pi = p(q)q - w(x)x(q) - k \quad [1]$$

* Quiero agradecer a J. Jaumandreu sus comentarios y sugerencias que han beneficiado sensiblemente este trabajo. Los errores que puedan existir son, por supuesto, de mi exclusiva responsabilidad.

donde $p(q)$ es la función inversa de la demanda del producto de la empresa y q el número de unidades de dicho producto. $w(x)$ es la inversa de la función de oferta del único factor productivo variable (x) que utiliza la empresa. Obviamente, esta función tiene pendiente positiva ($dw(x)/dx > 0$). Por otra parte, $x(q)$ es la inversa de la función de producción en la cual, como se acaba de decir, interviene un solo factor variable. Por último, k representa los costes fijos de la empresa.

En el óptimo se cumple:

$$p(q) + q \frac{dp(q)}{dq} - \left[w(x) \frac{dx(q)}{dq} + x(q) \frac{dw(x)}{dx} \frac{dx(q)}{dq} \right] = 0, \quad [2]$$

A partir de aquí, el ingreso marginal y el coste marginal, IM y CM respectivamente, se pueden escribir como sigue:

$$p \left(1 + \frac{q}{p} \frac{dp}{dq} \right) = p \left(1 - \frac{1}{\mu} \right) = IM \quad [3]$$

siendo μ la elasticidad de la demanda del producto, y

$$\frac{wx}{q} \frac{q}{x} \frac{dx}{dq} \left(1 + \frac{x}{w} \frac{dw}{dx} \right) = CVM \frac{1}{e} \left(1 + \frac{1}{\varepsilon} \right) = CM \quad [4]$$

donde CVM representa el coste medio variable de producción, e representa la elasticidad de la producción respecto del factor variable y ε la elasticidad de la oferta de este factor que, para simplificar, se supone constante.

De acuerdo con lo anterior, puede escribirse

$$\frac{CVM}{P} = \frac{e \left(1 - \frac{1}{\mu} \right)}{\left(1 + \frac{1}{\varepsilon} \right)} \quad [5]$$

Operando se obtiene:

$$\frac{p - CVM}{p} = (1 - e) + \left[\frac{1}{\mu} + \frac{1}{\varepsilon + 1} \left(1 - \frac{1}{\mu} \right) \right] e \quad [6]$$

En la parte izquierda de esta ecuación figura el margen precio-coste medio variable cuyo significado y relación con el poder de monopolio constituyen el centro de atención de este trabajo. En la parte derecha aparece la elasticidad de la producción respecto del factor variable (e) que representa la determinante tecnológica de la diferencia entre el coste marginal y el coste medio variable. Pero junto con este determinante técnico del margen precio-coste medio variable también aparecen las elasticidades de la demanda del producto y de la oferta del factor que reflejan las estructuras monopolistas de estos dos mercados.

Ahora bien, es posible reescribir [6] de tal forma que las relaciones del margen precio-coste medio variable con las posiciones monopolistas de la empresa en los mercados, del bien y del factor, sean más nítidas. Con este objetivo, a continuación, se va a tratar de expresar el margen precio-coste medio variable como una función del índice de Lerner de poder de monopolio y otro índice de poder de monoposonio que se define después.

A partir de [2], [3] y [4] se llega a la expresión del índice de Lerner de poder de monopolio que aquí se representa por M :

$$M = \frac{p - CM}{p} = \frac{1}{\mu} \quad [7]$$

Por otra parte, de las mismas ecuaciones se obtiene que en el óptimo se cumple:

$$IM = w \cdot \frac{1}{PM} \left(1 + \frac{1}{\varepsilon} \right) \quad [8]$$

donde PM es el producto marginal del único factor variable que utiliza la empresa (x). Despejando

$$IPM = w \left(1 + \frac{1}{\varepsilon} \right) \quad [9]$$

donde IPM representa el ingreso del producto marginal de este factor. Operando se llega a:

$$\frac{IPM - w}{w} = \frac{1}{\varepsilon} \quad [10]$$

En la parte izquierda de la igualdad, aparece la diferencia entre el ingreso del producto marginal del factor (IPM) y su precio unitario. Esta diferencia es, en términos de J. Robinson (1934, pág. 371), la ganancia debida al monoposonio. En otras palabras, este diferencial constituye la consecuencia esencial de la existencia de monoposonio. En tal sentido, este diferencial se puede considerar como un índice de poder de monoposonio que aquí se representa por m :

$$m = \frac{IPM - w}{w} \quad [11]$$

Es fácil comprobar que la expresión anterior es equivalente a la siguiente:

$$m = \frac{CM - (CVM / \varepsilon)}{(CVM / \varepsilon)} = \frac{1}{\varepsilon} \quad [12]$$

donde el poder de monoposonio viene expresado como una diferencia entre los costes de producción: marginal y medio variable ajustado por los rendimientos del factor. En otras palabras, el monoposonio aumenta la diferencia entre coste marginal y coste medio variable que pueda existir en virtud de rendimientos decrecientes del factor variable.

De acuerdo con las definiciones de M y m , la ecuación [6] se puede reescribir como sigue:

$$\frac{p - CVM}{p} = (1 - e) + \left[M + \frac{m}{m + 1} (1 - M) \right] e \quad [13]$$

En esta expresión, aparecen formalizadas las relaciones del margen precio-coste medio variable con sus tres determinantes: el poder de monopolio (M), el poder de monopsonio (m) y los rendimientos del factor variable (e). A partir de esta ecuación se puede probar que tal margen, sustituto habitual del margen precio-coste marginal, coincide con éste cuando el mercado del factor variable es competitivo y además se dan rendimientos constantes. Efectivamente, si la empresa es precio-aceptante en el mercado del factor $m = 0$, y si existen rendimientos constantes $e = 1$, entonces el margen precio-coste medio variable coincide con el índice de Lerner:

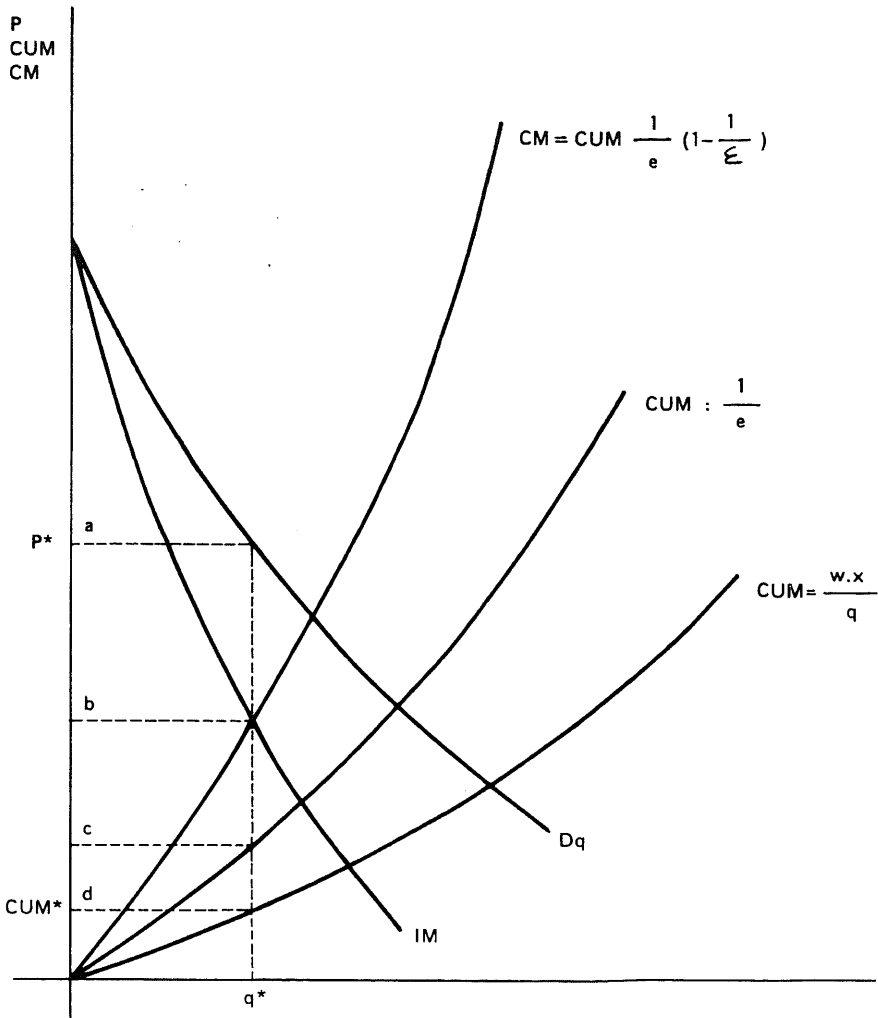
$$\frac{p - CVM}{p} = M \quad [14]$$

Sin embargo, esta coincidencia no se produce si la demanda del factor no es competitiva ($m \neq 0$). Un caso extremo de disparidad entre los dos márgenes estudiados se produce cuando el mercado del bien es competitivo y el del factor es monopsonístico. En estas circunstancias el índice de Lerner de poder de monopolio es nulo ($M = 0$) mientras que el margen precio-coste medio variable es mayor que cero aun suponiendo, como en el caso anterior, que $e = 1$:

$$\frac{p - CVM}{p} = \frac{m}{m + 1} \quad [15]$$

De todo lo anterior, se deduce que el poder de monopolio es un determinante más, junto con el poder de monopsonio, del margen precio-coste medio variable. Ambos poderes se conjugan para ampliar la distancia entre el precio del producto y el coste variable unitario. Esto significa que tal margen sólo aproximará el valor del margen precio-coste marginal si el mercado del factor es competitivo. En otro caso, el margen precio-coste medio variable sobrevalora el poder de la empresa en el mercado del producto.

En el Gráfico se representa la demanda y la estructura de costes de una empresa monopolio-monopsonio, bajo el supuesto de que el factor variable genere rendimientos decrecientes ($e < 1$). En este gráfico, la diferencia entre el precio y el coste medio variable de producción aparece como la suma de tres segmentos: El segmento «ab» es la diferencia entre el precio y el coste marginal que tiene su origen en el poder de la empresa en el mercado del producto. El segmento «bc» es la parte de la diferencia existente entre el coste marginal y el coste medio variable determinado por el poder de la empresa en el mercado del factor y el segmento «cd» es la parte del diferencial coste marginal-coste medio variable originado por los rendimientos decrecientes del factor variable. Como queda patente en el gráfico, el poder de monopsonio amplía

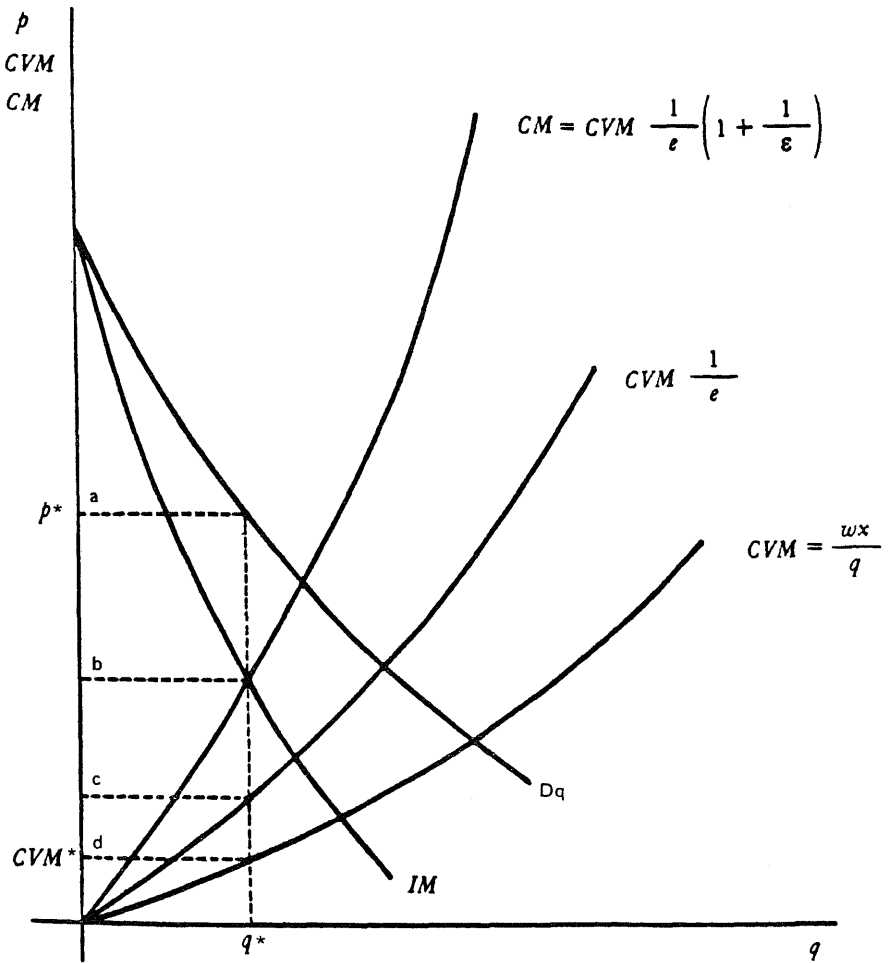


el margen precio-coste medio variable determinado por el poder de monopolio de la empresa.

En el caso más general de que la empresa forma parte de un oligopolio en el mercado del producto y en el mercado del factor, la expresión [13] toma la forma siguiente:

$$\frac{p - CVM_i}{p} = (1 - e) + \left[M_i + \frac{m_i}{m_i + 1} (1 - M_i) \right] e \quad [16]$$

donde cada símbolo representa los mismos conceptos que antes, distinguiendo ahora los referidos a la empresa de los relativos al mercado por el



FE DE ERRATAS

En el gráfico que aparece en la p. 533 de Investigaciones Económicas Vol. XIV, N.º 3, septiembre (1990) existen algunas erratas que dificultan su estudio; por lo cual proporcionamos ahora el gráfico correcto.

subíndice i . En este caso, M_i y m_i vienen dados por las siguientes expresiones:

$$M_i = \frac{1}{\mu} \alpha_i (1 + h_i) \quad [17]$$

donde α_i es la cuota de mercado del producto y h_i la variación conjetural. Por otra parte

$$m_i = \frac{1}{\varepsilon} \beta_i (1 + l_i) \quad [18]$$

siendo β_i la cuota de la empresa en el mercado del factor y l_i la variación conjetural de la empresa.

En términos más generales la expresión [16] se puede escribir de la siguiente forma:

$$\frac{p - CVM_i}{p} = f(M_i, m_i, e) \quad [19]$$

que muestra las relaciones encontradas entre el margen precio-coste medio variable y el poder de la empresa en los mercados del producto y del factor variable junto con los rendimientos de este último.

3. Conclusiones

En esta nota se ha desarrollado un modelo teórico que permite estudiar el significado del margen precio-coste medio variable habitualmente utilizado como una aproximación del margen precio-coste marginal. En este trabajo se comprueba que aquél margen depende no sólo del poder de monopolio sino que también depende del poder de monopsonio de la empresa. De tal forma que, en la medida de que la demanda de factores no sea competitiva, el margen precio-coste medio variable sobrevalora el poder de monopolio. Por tanto, parece obvio concluir que este margen no es sustituto universal del margen precio-coste marginal que depende únicamente del poder de la empresa en el mercado del producto.

Referencias

- Saving, T. R. (1970): «Concentration ratios and the degree of monopoly», *International Economic Review*, vol. 11, núm. 1, págs. 139-146.
- Cowling, K. C. y Waterson, M. (1976): «Price-cost margins and market structure», *Economica*, vol. 43, págs. 267-274.
- Robinson, J. (1934): *The Economics of Imperfect Competition*, Macmillan, Londres. Existe traducción castellana *Economía de la Competencia Imperfecta*, Ediciones Martínez Roca, S. A., Barcelona (1973).

Abstract

This note shows how the price-average variable cost margin, usually empirical proxy of monopoly power, indicates not only product market power but also its factor market power.